

УДК 339.1:339.378:658

Т. В. Емельянова (emeltv@mail.ru),
кандидат экономических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

С. А. Северин (korotkiy.serezha@mail.ru),
магистр, экономист планового-экономического отдела
Дзержинского филиала Минского областного
потребительского общества

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрены отдельные аспекты развития розничной торговли Республики Беларусь, обусловившие изменения ее инфраструктуры, розничного товарооборота, структуры участников потребительского рынка, вклада торговли в национальную экономику.

In the article some aspects of retail trade development of the Republic of Belarus which caused changes of its infrastructure, retail goods turnover, structure of the consumer market participants, trade contribution to national economy are considered.

Ключевые слова: розничная торговля; потребительский рынок; FMCG-рынок; показатели оценки развития розничной торговли на территории страны.

Key words: retail trade development; consumer market; FMCG market; indicators for measuring retail trade development in the country.

Введение

Розничная торговля Республики Беларусь относится к числу наиболее динамично развивающихся отраслей национальной экономики Республики Беларусь. В 2019 году на 1 000 человек населения приходилось 639,1 м² торговой площади, что на 45,7% больше, чем всего 7 лет назад. По вкладу в обеспечение занятости в 2020 году ее удельный вес составил 14,44%, в налоговые поступления в бюджет – 7,6%, в ВВП – 9,4%.

В 2019 году 7,3% розничных торговых объектов принадлежали государству, 87,3% – частным субъектам хозяйствования, 5,5% – иностранному капиталу. Всего за один год заметно возросла доля иностранного капитала в количестве розничных торговых объектов: с 4,9 до 5,5%. В 2012 году удельный вес организаций иностранной формы собственности в розничном товарообороте торговли составлял всего 6,1%, в 2019 году – уже 22,5%. Все это свидетельствует о происходящих изменениях в инфраструктуре розничной торговли, структуре участников потребительского рынка.

В качестве ключевых показателей для оценки развития розничной торговли на территории страны мы считаем целесообразным использование нескольких групп показателей:

1. Показатели вклада торговли в национальную экономику.
2. Показатели, отражающие привлекательность розничной торговли для развития бизнеса.
3. Показатели развития инфраструктуры розничной торговли.
4. Показатели, отражающие состав участников потребительского рынка.
5. Показатели развития розничного товарооборота.

В группе ключевых показателей вклада торговли в национальную экономику предлагается использовать такие показатели: численность занятых в розничной торговле; удельный вес занятых в торговле от общего количества занятых в экономике; доля торговли в валовом региональном продукте; доля торговли в налоговых платежах, поступивших в бюджетную систему Республики Беларусь, удельный вес инвестиций в торговлю в общем объеме инвестиций в основной капитал.

К ключевым показателям, отражающим развитие инфраструктуры розничной торговли, мы относим: количество розничных торговых объектов; торговую площадь розничных торговых объектов; торговую площадь на 1 000 жителей; обеспеченность торговой площадью в сопоставлении с социальным стандартом, инвестиции в основной капитал, направленные на развитие торговли. В зависимости от целей анализа инфраструктуру розничной торговли можно также изучать в разрезе типов торговых объектов (магазины, палатки, киоски), средства развозной торговли, интернет-магазины и т. п.

В группу ключевых показателей развития розничного товарооборота целесообразно, по нашему мнению, отнести такие показатели: оборот розничной торговли в динамике в действующих и сопоставимых ценах; оборот розничной торговли на душу населения; макроструктура розничного товарооборота, распределение розничного товарооборота по формам собственности; удельный вес оборота розничной торговли субъектов малого предпринимательства в общем обороте розничной торговли, удельный вес оборота розничной торговли индивидуальных предпринимателей вне рынка в общем обороте розничной торговли; удельный вес сетевых торговых структур в общем объеме оборота розничной торговли.

1. *Показатели вклада торговли в национальную экономику.* Важной группой показателей для оценки развития торговли являются показатели ее вклада в обеспечение занятости (таблица 1). Численность населения, занятого в экономике Республики Беларусь, с каждым годом снижается. Если в 2012 году она составляла 4 612,1 тыс. человек, то в 2019 году снизилась на 6,02% и составила 4 334,2 тыс. человек, а в 2020 году уменьшилась еще на 18,6 тыс. человек.

Таблица 1 – Удельный вес занятых в виде деятельности «Оптовая и розничная торговля. Ремонт автомобилей и мотоциклов» от общего количества занятых в экономике Республики Беларусь за 2012, 2015–2020 годы

[illegible]

Численность работников, занятых в виде деятельности «Оптовая и розничная торговля. Ремонт автомобилей и мотоциклов», имеет некоторые колебания по годам, однако общий тренд также отражает ее уменьшение. За 2012–2020 годы она уменьшилась с 626,7 тыс. человек в 2012 году до 623,3 тыс. человек в 2020 году. Однако удельный вес занятых в торговле от общей численности занятых в национальной экономике несколько увеличился с 13,59% в 2012 году до 14,44% в 2020 году.

О вкладе той или иной отрасли в национальную экономику можно судить также по ее доле в налоговых поступлениях с бюджет. Исходя из данных таблицы 2 видно, что общий объем налоговых платежей, поступивших в бюджетную систему Республики Беларусь, растет. По сравнению с 2016 годом в 2019 году их сумма увеличилась почти на треть – на 31,1% и составила 25 971,2 млн р.

Росли также и налоговые платежи розничной торговли. Если в 2016 году они составили 1 763,6 млн р., то в 2019 году – уже 1 972,1 млн р. Рост составил 11,8%. Однако удельный вес розничной торговли в налоговых платежах, поступивших в бюджетную систему Республики Беларусь, по сравнению с 2016 годом снизился. В 2016 году данный показатель составлял 8,9%, в 2019 году – 7,6%. Если оценивать динамику данного показателя за последние три года, то обеспечен рост розничной торговли в налоговых поступлениях в бюджет Республики Беларусь с 6,6 до 7,6%.

Таблица 2 – Вклад розничной торговли в обеспечение налоговых поступлений в бюджет Республики Беларусь за 2016–2019 годы

Показатели	2016	2017	2018	2019	2019 год к 2016 году, %, или отклонение (+; –)
Общий объем налоговых платежей, млн р.	19 816,8	21 566,3	24 039,6	25 971,2	131,1
Налоговые платежи розничной торговли, млн р.	1 763,6	1 414,1	1 719,5	1 972,1	111,8
Удельный вес розничной торговли в налоговых платежах, поступивших в бюджетную систему, %	8,9	6,6	7,2	7,6	–1,3
Примечание – Источник: [1].					

Таким образом, современная розничная торговля относится к числу отраслей национальной экономики Республики Беларусь, обеспечивающих значительный вклад в ее развитие. В 2019 году по вкладу в налоговые поступления в бюджет удельный вес розничной торговли составлял 7,6%, в ВВП – 9,4%. Особенно заметным является вклад торговли в обеспечение занятости населения – 14,44% в 2020 году. Торговля является одной из немногих сфер деятельности, сумевших достаточно быстро адаптироваться к рыночным условиям хозяйствования.

2. Показатели, отражающие привлекательность розничной торговли для развития бизнеса. О привлекательности розничной торговли для развития бизнеса и ближайших перспективах данной отрасли можно косвенно судить по таким показателям, как инвестиции в розничную торговлю и удельный вес их в общей сумме инвестиций в основной капитал по Республике Беларусь.

Инвестиции в основной капитал по Республике Беларусь за 2012–2019 годы увеличились на 86,5% (таблица 3).

Таблица 3 – Инвестиции в торговлю Республики Беларусь за 2012, 2015, 2018–2019 годы

Показатели	2012	2015	2018	2019	2019 год к 2012 году, %, или отклонение (+; –), %
Общий объем инвестиций в основной капитал в целом по Республике Беларусь, млн р.	15 444,2	20 715,3	25 004,4	28 798,9	186,5
Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие торговли, млн р.	774	745,7	937,6	1089	140,7
Удельный вес инвестиций в торговлю в общем объеме инвестиций в основной капитал, %	5,0	3,6	3,7	3,8	–1,2
Примечание – Источник: [1].					

До 2012 года был уже обеспечен достаточно высокий уровень материально-технического оснащения розничной торговли за счет инвестиций в розничную торговлю. Однако вложение средств в ее развитие не прекращалось и в последующие годы. Сумма инвестиций в основной капитал, направленных на развитие торговли, в 2019 году составила 1 089 млн р. Это на 40,7% больше, чем в 2012 году. Однако удельный вес инвестиций в торговлю в общем объеме инвестиций в основной капитал снизился. В 2019 году этот показатель составил 5%, а в 2019 году уже только 3,8%.

Рассмотрим также динамику иностранных инвестиций в торговлю, что косвенно позволяет судить о привлекательности вложений в торговлю для иностранных инвесторов (таблица 4).

Таблица 4 – Иностранные инвестиции в торговлю Республики Беларусь за 2012, 2015–2019 годы

Показатели	Показатели						2019 год к 2012 году, %, или отклонение (+; –), %
	2012	2015	2016	2017	2018	2019	
Объем иностранных инвестиций, поступивших в реальный сектор экономики Республики Беларусь, млн долл. США	14 329,8	11 344,2	8 559,8	9 728,5	10 842	10 006,8	69,8
Объем иностранных инвестиций, поступивших в торговлю, млн долл. США	5 557,9	3 613,9	2 564,1	4 178,9	4 248,8	3 238,8	58,3
Удельный вес иностранных инвестиций, поступивших в торговлю, в общем объеме иностранных инвестиций, поступивших в реальный сектор экономики, %	38,8	31,9	30,0	43,0	39,2	32,4	–6,4
Примечание – Источник [1].							

Объем иностранных инвестиций, поступивших в реальный сектор экономики Республики Беларусь, составил в 2019 году более 10 млрд долл. США, а именно 10 006,8 млн долл. США. Это на 30,2% меньше, чем в 2012 году, когда сумма иностранных инвестиций составила более 14 млрд долл. США – 14 329,8 млн долл. США.

Объем иностранных инвестиций в торговлю также снизился, в 2019 году – 3 238,8 млн долл. США, т. е. чуть более 3 млрд долл. США, что на 41,7% меньше, чем в 2012 году – более 5,5 млрд долл. США.

Однако объем иностранных инвестиций в торговлю остается очень значительным, что обеспечивает финансовую поддержку нарастания на потребительском рынке страны экспансии организаций с иностранным капиталом.

При общем объеме поступления иностранных инвестиций в торговлю в сумме 11 666,5 млн долл. США в целом по Республике Беларусь за 2017–2019 годы, 95% их пришлось на г. Минск. Для сравнения, сумма иностранных инвестиций в транспортную деятельность и складирование составила за этот же период 2017–2019 годов 5 941,5 млн долл. США, что значительно меньше инвестиций в торговлю и промышленность – 8 409,9 млн долл. США [2].

Как следствие, удельный вес иностранных инвестиций в торговлю в общем объеме иностранных инвестиций остается по-прежнему высоким – 32,4%, хотя в 2012 году этот показатель был еще выше – 38,8%. Это объясняет резкий рост удельного веса розничного товарооборота организаций с иностранным капиталом.

Рассмотрим также изменение рентабельности торговых организаций Республики Беларусь. Выручка от реализации по организациям торговли Республики Беларусь составляет 24,1% всей выручки от реализации по национальной экономике. В сумме она равнялась в 2012 году 25 970,4 млн р., а в 2019 году – 57 795 млн р., т. е. возросла в 2,254 раза. В то же время наблюдается ярко выраженная тенденция снижения рентабельности торговли: с 4,2% к выручке от реализации в 2012 году до 1,7% в 2019 году (таблица 5).

Именно падением рентабельности торговли можно объяснить снижение доли торговли в поступлении налогов в бюджет, поскольку одним из объектов налогообложения организаций торговли является прибыль. При этом удельный вес убыточных организаций по оптовой и розничной торговле снизился в целом по Республике Беларусь с 26% в 2016 году до 21,9% в 2019 году. Положительным является снижение доли просроченной дебиторской задолженности торговых организаций в общей сумме дебиторской задолженности в целом по Республике Беларусь с 16,5% на 1 января 2019 года до 15,2% на 1 января 2020 года.

Таблица 5 – Рентабельность розничной торговли Республики Беларусь за 2012, 2015–2019 годы

[illegible]

3. *Показатели развития инфраструктуры розничной торговли.* Развитие инфраструктуры розничной торговли Республики Беларусь происходило в последние годы достаточно динамично (таблица 6). Количество розничных торговых объектов в 2019 году по сравнению с 2018 годом выросло на 2,19 % и составило 65 777 единиц, по сравнению с 2010 годом рост составил 44,1%.

Торговая площадь магазинов в 2019 году по сравнению с 2010 годом возросла с 3 705 тыс. м² в 2010 году до 5 236 тыс. м² в 2019 году, или на 41,3%. При этом рост обеспеченности населения торговыми площадями в расчете на 1 000 человек населения составил 6,5%. На 1 000 человек населения в 2019 году приходилось 639,1 тыс. м² торговой площади. Заметим, что на 1 000 человек сельского населения обеспеченность торговыми площадями составила 345,6 м² [1]. Данный показатель за 2010–2019 годы возрос на 6,3%.

Сопоставление обеспеченности населения торговыми площадями в расчете на 1 000 человек населения с действующим в настоящее время социальным стандартом (600 м² на 1 000 человек) свидетельствует о том, что социальный стандарт в целом по Республике Беларусь выполняется на 106,5%.

В составе розничных торговых объектов преобладают магазины: 59 406 единиц, или 90,3% от общего количества розничных торговых объектов. Из общего количества магазинов Республики Беларусь осуществляют торговлю продовольственными товарами 28,4% от общего количества магазинов, непродовольственными товарами – 71,6%.

Таблица 6 – Розничные торговые объекты Республики Беларусь по типам за 2010, 2015–2019 годы

[illegible]

В целом за 2010–2019 годы в 4,3 раза возросло количество передвижных средств развозной и разносной торговли, на 27,2% – количество автозаправочных станций.

Положительная динамика количественных показателей развития розничной торговли обеспечена за счет новых торговых форматов (супер- и гипермаркеты, торговые центры, дискаунтеры и др.), которые изменили структуру розничной торговой сети.

Активно развивалась также фирменная торговля Республики Беларусь. По имеющимся данным, на начало 2019 года она была представлена 1 889 единицами розничных торговых объектов, из которых торгуют продовольственными товарами 32,2%, а 67,8% – непродовольственными [3, с. 129].

Удельный вес магазинов фирменной торговли в общем количестве магазинов Республики Беларусь в 2018 году составил 3,2%, в торговой площади – 4,7%. Торговая площадь магазинов фирменной торговли в 2018 году составила 270,6 тыс. м² и увеличилась по сравнению с 2017 годом на 7,81%. При этом более быстрыми темпами увеличивалась торговая площадь фирменных магазинов по торговле непродовольственными товарами. Если торговая площадь продовольственных магазинов в 2018 году составила 47,6 тыс. м² и увеличилась по сравнению с 2017 годом на 5,78%; то непродовольственных – 223 тыс. м² и увеличилась на 8,25 %. Удельный вес торговой площади фирменных магазинов в торговой площади магазинов Республики Беларусь в 2018 году был равен 4,7%, в то время как в 2010 году он составлял 2,1% [3, с. 129].

4. *Показатели, отражающие состав участников потребительского рынка.* Важным показателем для характеристики состава участников потребительского рынка является соотношение торговых организаций по формам собственности. В Гражданском кодексе Республики Беларусь выделяются две формы собственности: государственная и частная. Однако в официальной статистике отдельно еще выделяется иностранная собственность.

В 2018 году 7,6% розничных торговых объектов принадлежали государству, 87,5% – частным субъектам хозяйствования, 4,9% – иностранному капиталу [3, с. 107]. В 2019 году из 65 777 розничных торговых объектов 4 791 (7,3%) принадлежали государству, 57 396 (87,3%) – частным субъектам хозяйствования, 3 590 (5,5%) – иностранному капиталу [1]. Следовательно, только за один год заметно возросла доля иностранного капитала в количестве розничных торговых объектов: с 4,9 до 5,5%. Наблюдается падение доли торговых организаций государственной формы собственности.

Традиционно значительна доля предпринимательства в виде деятельности «Оптовая и розничная торговля. Ремонт автомобилей и мотоциклов», в 2018 году каждый третий индивидуальный предприниматель в стране (87 688 чел.) был занят этим видом деятельности. По абсолютному показателю, как и ранее, наблюдается рост количества индивидуальных предпринимателей в данном виде деятельности. В Республике Беларусь они осуществляли свою деятельность в 2018 году посредством 16 474 торговых объектов. Это на 13,93% выше, чем в 2017 году [4, с. 191]. Торговая площадь таких розничных торговых объектов также увеличилась на 18,21% и составила 671,0 тыс. м². Средний размер магазина, принадлежащего индивидуальным предпринимателям, небольшой и составляет 40,7 м². Преобладают объекты торговли непродовольственными товарами – 15 243 (93,6%), продовольственные товары реализуют 1 231 объект (7,4% от общего количества торговых объектов, принадлежащих индивидуальным предпринимателям). Это объясняется резким возрастанием конкуренции в продуктовой рознице, усилением влияния крупных торговых сетей, что вынуждает индивидуальных предпринимателей переключаться на другие сегменты рынка.

Наблюдается снижение удельного веса индивидуальных предпринимателей, занятых видом деятельности «Оптовая и розничная торговля. Ремонт автомобилей и мотоциклов», в общем количестве индивидуальных предпринимателей. В 2016 году данный показатель составлял 37,73%, 2018 году уже только 36,34%.

Данные таблицы 7 свидетельствуют также о снижении на 26,9% по сравнению с 2010 годом количества торговых мест на рынках и в торговых центрах, в которых фактически осуществлялась торговля индивидуальными предпринимателями и физическими лицами.

Удельный вес малых организаций розничной торговли в общем количестве малых организаций с каждым годом увеличивается, так, в 2012 году он составлял 43,64%, а в 2018 году – 60,82%.

При анализе сегментов розничного рынка следует выделять сегмент FMCG-рынка (Fast Moving Consumer Goods) и non-food ритейл, который включает такие направления розничного бизнеса, как DIY, Drogerie, товары для детей, «Техника и электроника», Fashion, мебель, книги.

Таблица 7 – Количество торговых мест на рынках и в торговых центрах по осуществлению деятельности индивидуальными предпринимателями и физическими лицами в Республике Беларусь по типам за 2010, 2015–2019 годы

Показатели	На конец года						2019 год к 2010 году, %
	2010	2015	2016	2017	2018	2019	
Торговые места и торговые объекты на рынках, в торговых центрах, на которых фактически осуществлялась торговля индивидуальными предпринимателями и физическими лицами, единиц	87 679	65 487	67 944	65 693	64 501	64 137	73,1
Примечание – Источник [1].							

Сегмент FMCG-рынка (Fast Moving Consumer Goods) отражает общее название для товаров повседневного спроса (товаров легкой и пищевой промышленности) с широким кругом покупателей. Они имеют быструю оборачиваемость. В понятие FMCG-рынка включают упакованные продукты питания, предметы личной гигиены, бытовую химию, потребительскую электронику и другие категории.

На розничные сети с более чем 20 магазинами в Беларуси приходится до 70% всего потребительского рынка. Основными крупными сетями современного формата на FMCG-рынке Республики Беларусь являются ООО «Евроторг» (торговая марка «Евроопт»), торговая сеть «Корона» ООО «ТабакИнвест», ЗАО «Юнифуд» («Алми», «Zakrama», «Spar»), торговая сеть магазинов «ГИППО» компании «БелВиллесден», объединенная с «Белмаркеткомпани» («Белмаркет»), торговая сеть магазинов «Соседи» ООО «Либретик», фирменная торговая сеть компании «Санта Бремор» (магазины под торговыми марками «Санта», «Санта&Фиш» и «Санта&Кэш»), сеть продуктовых супермаркетов «ВИТАЛЮР».

В формате жестких дискаунтеров активно развиваются торговая сеть оператора российской розничной сети «Светофор» компании «ЛенПродуктСервис», российская торговая сеть магазинов-складов «Доброцен», сеть жестких дискаунтеров «Грошкы».

Активно развивается рынок по торговле непродовольственными товарами. Non-food ритейл включает такие направления розничного бизнеса, как DIY, Drogerу, товары для детей, «Техника и электроника», Fashion, мебель, книги.

Под DIY-сетями чаще всего подразумеваются строительные гипермаркеты. Наиболее крупными торговыми операторами на данном рынке являются сеть гипермаркетов «Материк» компании «Эрнис», гипермаркеты Mile ООО «Астомстрой» и «ОМА».

В рыночном сегменте «Техника и электроника» на рынке Беларуси работают 4 основных оператора: «5 элемент» (54 магазина), «Электросила» (28 магазинов), «Техноплюс» (28 магазинов) и «Корона ТЕХНО» (11 магазинов). Наиболее активным и самым крупным по количеству магазинов игроком на рынке является сеть «5 элемент». Большой акцент делается на омниканальность – покупатель может приобрести товар оффлайн и онлайн и забрать его в любом магазине или использовать услугу доставки. С операторами в данном сегменте активно конкурируют онлайн-игроки.

Формат Drogerу – один из ключевых форматов парфюмерно-косметического ритейла с очень жесткой конкуренцией. Лидерами в данном сегменте являются торговая сеть дискаунтеров бытовой химии, косметики и парфюмерии «Остров чистоты и вкуса» ЧТУП «ЗападХимТорг» и торговая сеть «Мила» (320 магазинов).

Торговая сеть специализированных дискаунтеров бытовой химии, косметики и парфюмерии «Остров чистоты и вкуса» входит в группу компаний «Ромакс» и работает на рынке Республики Беларусь с 1998 года. В настоящее время данная торговая сеть имеет более 550 магазинов по всей стране, во всех областных городах, многих районных центрах площадью более 40 тыс. м² [5]. Географический охват составляет более 110 городов страны. Сеть продолжает дальнейшее расширение и ищет в аренду торговые площади от 100 м² до 200 м².

Торговая сеть «Мила» ООО «Парфюм Трейд» также имеет разветвленную сеть магазинов практически во всех регионах Республики Беларусь.

Выше отмечалось динамичное развитие фирменной торговли в Республике Беларусь. Одной из крупных государственных торговых сетей является «Пинскдрев» (ЗАО «Холдинговая компания «Пинскдрев»), которая насчитывает 88 магазинов общей торговой площадью 55 тыс. м².

Лидером среди непродовольственных сетей в Республике Беларусь является также «АММебель» (Барановичская мебельная фабрика «Лагуна»). Торговая сеть насчитывает 215 мага-

зинов общей площадью около 60 тыс. м² по всей стране. Таким образом, на рынке по торговле непродовольственными товарами также возрастает конкуренция и влияние торговых сетей, хотя и не такое заметное, как в продуктовой рознице.

Сетевые розничные торговые организации оснащены передовыми технологиями ведения бизнеса, располагают современными помещениями, предлагают потребителям максимально широкий ассортимент разнообразных товаров и услуг, которые можно приобрести в одном месте. В сетевом ритейле используются привлекательные для потребителя технологии: размещение розничных торговых объектов по определенным правилам локации; предложение сгруппированного ассортимента товаров постоянного спроса; применение простого и функционального торгового оборудования; минимизация торгового персонала; компьютеризация учета, закупок и хранения товара; оптимизация логистики и др.

5. *Показатели развития розничного товарооборота.* Основным объемным показателем розничной торговли является показатель розничного товарооборота (таблица 8).

Таблица 8 – Розничный товарооборот в Республике Беларусь за 2015, 2018–2020 годы

Показатели	2015	2018	2019	2020	2020 год к 2015 году, %
Розничный товарооборот: в сумме, млн р.	34 724,0	45 165,2	49 557,5	53 078,2	152,9
в процентах к соответствующему периоду прошлого году, %	98,7	108,3	104,5	101,8	х
Розничный товарооборот на душу населения, р.	3659,2	4 762,5	5 235,5	5 641,5	154,2
Примечание – Источник [1; 3, с. 62].					

В 2020 году розничный товарооборот составил по Республике Беларусь почти 53,1 млрд р. и по сравнению с 2015 годом возрос на 52,9%. В расчете на каждого жителя Республики Беларусь было продано в 2020 году товаров на сумму 5 641,5 р., или 470,1 р. в месяц. В 2015 году данный показатель составлял 304,9 р. в месяц. Рост показателя розничного товарооборота в 2020 году на душу населения по сравнению с 2015 годом составил 54,2%, по сравнению с 2019 годом – 7,8%.

Одним из ключевых показателей оценки развития торговли является макроструктура розничного товарооборота. В течение 2010–2019 годов макроструктура розничного товарооборота торговли в Республике Беларусь изменилась в пользу увеличения доли непродовольственных товаров, что свидетельствует о повышении уровня жизни населения.

В макроструктуре розничного товарооборота Республики Беларусь преобладают непродовольственные товары. В 2019 году их доля составляла 51,4% всего розничного товарооборота страны, а доля пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий – соответственно 48,6%. В 2020 году удельный вес непродовольственных товаров составил в розничном товарообороте 51,3%, пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, – 48,7%.

Представляет интерес детализация розничного товарооборота по формам собственности организаций (таблица 9).

Таблица 9 – Состав розничного товарооборота Республики Беларусь по формам собственности за 2012, 2015, 2018–2019 годы

Показатели	2012	2015	2018	2019	Изменение удельного веса, %
Розничный товарооборот организаций розничной торговли, всего	100	100	100	100	–
В том числе по формам собственности:					
государственной	10,6	8,1	8,8	9,0	–1,6
частной	83,3	74,7	69,1	68,5	–14,8
иностранной	6,1	17,2	22,1	22,5	+16,4
Примечание – Источник [3, с. 33].					

Удельный вес организаций частной формы собственности в розничном товарообороте в 2012 году составлял 83,3%. В 2019 году аналогичный показатель был равен 68,5%, т. е. снизился весьма существенно, на 14,8%. Одновременно за этот же период удельный вес розничного товарооборота организаций государственной формы собственности уменьшился с 10,6% в 2012 году до 9% в 2019 году.

В 2019 году доля организаций с иностранным капиталом в обеспечении розничного товарооборота торговли составила 22,5%, в то время как в 2017 году аналогичный показатель был 22,1%, а в 2012 году – всего 6,1%. Следовательно, явно прослеживается тенденция нарастания доли организаций с иностранным капиталом в розничном товарообороте.

В 2019 году 60,6% розничного товарооборота было обеспечено крупными торговыми организациями, 8,1% – средними организациями, 9,4% – индивидуальными предпринимателями, 12,1% – малыми организациями, 9,8% – микроорганизациями. К примеру, в 2013 году удельный вес крупных организаций в розничном товарообороте был значительно ниже и составлял 51,8%, средних организаций – 7,3%, индивидуальных предпринимателей – 19,9%, малых организаций – 11,1%, микроорганизаций – 9,9% [1]. Следовательно, возрастание доли крупных торговых организаций в розничном товарообороте произошло на фоне значительного уменьшения доли индивидуальных предпринимателей в розничном товарообороте.

К примеру, крупная торговая сеть ООО «Евроторг» присутствовала на конец 2019 года в 323 населенных пунктах Республики Беларусь и на ее долю приходилось 19% доли рынка розничной торговли продуктами питания в Беларуси и до 40% продаж ключевых категорий продуктов питания в Беларуси (фрукты, крупы, растительное масло и пр.).

Наблюдается быстрый рост розничного товарооборота крупных торговых организаций, представленных торговыми сетями, который опережает рост розничного товарооборота в целом по Республике Беларусь (таблица 10).

Таблица 10 – Удельный вес крупных торговых организаций в розничном товарообороте Республики Беларусь за 2012, 2015–2019 годы

Показатели	2012	2015	2016	2017	2018	2019	Изменение удельного веса, %
Удельный вес розничного товарооборота крупных торговых организаций в общем объеме розничного товарооборота, %	53,2	56,4	59,6	56,0	57,9	60,6	+7,4
Примечание – Источник [3, с. 34].							

Происходит постепенный захват рынка крупными торговыми организациями, о чем свидетельствует возрастание их доли в розничном товарообороте с 53,2% в 2012 году до 60,6% в 2019 году. Следовательно, в настоящее время из каждых 10 рублей розничного товарооборота 6 рублей обеспечивается крупными торговыми организациями.

Положительным моментом появления и расширения влияния зарубежных торговых сетей на внутреннем потребительском рынке является усиление конкуренции между торгующими системами, что способствует повышению качества обслуживания населения страны. Однако для Республики Беларусь в целом такая тенденция может негативно сказаться на производстве товаров народного потребления и продовольствия отечественными организациями. Не секрет, что иностранные торговые сети отдают предпочтение продвижению на рынок республики товаров зарубежных производителей. Отметим, что в 2012 году удельный вес товаров отечественного производства в розничном товарообороте был 69,4%. В 2020 году удельный вес товаров отечественного производства в розничном товарообороте республики составил (без микроорганизаций) уже только 59,8%. Несколько выше данный показатель по продовольственным товарам – 77,1%, по непродовольственным – всего 40,9% [3, с. 36].

Конкурентной угрозой для практически всех торговых сетей, в том числе и потребительской кооперации, является ежегодный рост рынка электронной коммерции в Республике Беларусь в размере 20–25%.

Это подтверждается данными об удельном весе розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте Республики Беларусь. Если в 2012 году данный показатель составлял 1,3%, в 2018 году вырос до 3,7%, то в 2019 году он уже был равен 4,1%.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, 97,2% от общей численности населения в возрасте от 6 до 72 лет в нашей стране пользуются мобильной связью,

73,5% – персональным компьютером, 79,1% – услугами сети «Интернет». При этом 38,2% пользователей сети «Интернет» осуществляют здесь покупки, заказа товаров и услуг [1]. Пандемия еще больше способствовала росту рынка электронной торговли. В 2020 году онлайн-продажи продемонстрировали самые высокие темпы роста за несколько лет. За восемь месяцев 2020 года товарооборот в Интернете вырос на 30%.

Конкуренция на онлайн-рынке будет возрастать. Главный способ превзойти конкурента – повысить скорость, качество выполнения заказа, минимизировать цену доставки.

Заключение

Обобщая изложенное, можем сделать следующие выводы:

1. Весомым остается вклад торговли в национальную экономику. В 2019 году по вкладу в налоговые поступления в бюджет удельный вес розничной торговли составлял 7,6%, в ВВП – 9,4%. Обеспечено увеличение вклада розничной торговли в обеспечение занятости, что проявляется в возрастании удельного веса занятых в торговле от общей численности занятых в национальной экономике с 13,59% в 2012 году до 14,44% в 2020 году.

2. Несмотря на достаточно высокий уровень материально-технического оснащения розничной торговли за счет инвестиций, вложение средств в ее развитие не прекращается. Только за 2019 год сумма инвестиций в основной капитал, направленных на развитие торговли, составила 1 089 млн р., что на 40,7% больше, чем в 2012 году. Очень значительными остаются объем иностранных инвестиций в торговлю и их удельный вес в общем объеме иностранных инвестиций, поступивших в реальный сектор экономики, – 32,4% в 2019 году, что обеспечивает финансовую поддержку нарастания на потребительском рынке страны экспансии организаций с иностранным капиталом и свидетельствует о привлекательности отрасли для бизнеса, несмотря на выраженную тенденцию снижения рентабельности торговли с 4,2% к выручке от реализации в 2012 году до 1,7% в 2019 году.

3. В Республике Беларусь наблюдается динамичное развитие инфраструктуры розничной торговли, увеличение торговых площадей и, как следствие, увеличение обеспеченности торговыми площадями на 1000 жителей; активное развитие электронной коммерции. Возрастает удельный вес торговой площади фирменных магазинов в торговой площади магазинов Республики Беларусь.

4. Изменения в составе участников потребительского рынка проявились в снижении роли индивидуальных предпринимателей и физических лиц в розничной торговле, их вытеснении с потребительского рынка. Отрасль розничной торговли открыта для частного и иностранного капитала. Наблюдается падение доли торговых организаций как государственной, так и частной формы собственности и возрастание доли организаций иностранной формы собственности в розничном товарообороте. В 2019 году доля организаций с иностранным капиталом в получении розничного товарооборота достигла 22,5%, хотя всего 7 лет назад данный показатель составлял всего 6,1%. Прослеживается устойчивая тенденция нарастания доли организаций с иностранным капиталом в розничном товарообороте, что означает экспансию иностранного капитала на потребительский рынок страны.

5. За 2010–2019 годы макроструктура розничного товарооборота торговли в Республике Беларусь изменилась в пользу увеличения доли непродовольственных товаров, что свидетельствует о повышении уровня жизни населения. В 2020 году непродовольственные товары составили в розничном товарообороте 51,3%, пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия – 48,7%. Обеспечен рост розничного товарооборота на душу населения с 304,9 р. в месяц в 2015 году до 470,1 р. в месяц в 2020 году, или на 54,2%.

6. Произошло увеличение доли крупных торговых организаций в розничном товарообороте Республики Беларусь с 53,2% в 2012 году до 60,6% в 2019 году. Возросла концентрация рынка, особенно по торговле продовольственными товарами, наблюдается усиление рыночной силы отдельных торговых сетей. Из каждых 10 рублей розничного товарооборота 6 рублей обеспечивает крупными торговыми организациями, представленными торговыми сетями.

7. Выявленные особенности состояния и тенденции развития внутренней торговли свидетельствуют, что рынок розничной торговли и в дальнейшем будет подвержен изменениям. Совершенствование форм и методов организации розничной торговли и конкурентной борьбы будет способствовать дальнейшей трансформации рынка розничной торговли в соответствии с мировыми тенденциями.

Список использованной литературы

1. **Официальная** статистика // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/>. – Дата доступа : 10.03.2021.
2. **Республика** Беларусь, 2019 : стат. ежегодник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь ; под ред.: В. И. Зиновский и др. – Минск, 2019. – 519 с.
3. **Розничная** и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь, 2019 : стат. сб. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа : 09.03.2020.
4. **Малое** и среднее предпринимательство в Республике Беларусь, 2020 : стат. ежегодник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь ; ред.: И. В. Медведева и др. – Минск, 2020. – 46 с.
5. **Остров** чистоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ostrov-chistoty.by/>.

Получено 15.02.2021.